

MODEL ANALISIS KINERJA KARYAWAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BNI SYARIAH CABANG MALANG

Oleh:

Frisca Widyananda

Alumni Jurusan Ekonomi Pembangunan FEB UMM

E-mail/No. Hp: friscawid@yahoo.co.id

Abstract

The research for this thesis investigated by Frisca Widyananda done at PT. BNI Syariah Branch Malang with the title "Model Employee Performance Analysis and its Impact on Customer Satisfaction BNI Syariah Branch Malang" with the kind of research is descriptive qualitative and quantitative descriptive the author outlines back what was seen and heard at the time the research took place and score points obtained in the questionnaire that could eventually be used to solve problems and draw conclusions. The result showed that the number of employees and customers who fill out the study through questionnaires that have been distributed by the authors state that the employee's performance is given to customers at PT. BNI Syariah Branch Malang is good which includes performance, communication, coordination and motivation to work is good enough for our customers.

Keywords : Employee Performance, Customer Satisfaction and BNI Syariah Branch Malang

Abstrak

Penelitian untuk tugas akhir ini diteliti oleh Frisca Widyananda dilakukan pada PT. BNI Syariah Cabang Malang dengan judul “ Model Analisis Kinerja Karyawan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Malang “dengan jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yaitu penulis menguraikan kembali apa yang dilihat dan didengar pada waktu penelitian berlangsung maupun skor angka yang didapat dalam kuisisioner yang akhirnya dapat dijadikan untuk memecahkan masalah dan mengambil kesimpulan. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa jumlah karyawan dan nasabah yang mengisi penelitian melalui kuisisioner yang telah disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa kinerja karyawan yang diberikan kepada nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Malang sudah baik yang meliputi kinerja, komunikasi, koordinasi dan motivasi kerja sudah cukup baik bagi para nasabah.

Kata Kunci : Kinerja Karyawan, Kepuasan Nasabah dan BNI Syariah Cabang Malang

PENDAHULUAN

Saat ini dunia perbankan menjadi semakin ketat dalam persaingan mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya. Ini dilakukan sebagai wujud dalam meningkatkan jumlah nasabah setiap periodenya. Berbagai macam strategi yang dilakukan masing-masing bank untuk dapat memenuhi target tersebut. Salah satunya dengan mengutamakan pelayanan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan, perbankan tentu saja mengutamakan pelayanan yang sebagai salah satu tolak ukur dalam melayani nasabahnya. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik merupakan suatu wujud kepedulian pihak bank terhadap nasabah yang menggunakan bank tersebut. Sehingga dengan begitu nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan membuat nasabah menjadi loyal terhadap Bank yang bersangkutan.

Meningkatkan suatu pelayanan yang diberikan karyawan terhadap nasabahnya membuat nasabah untuk tidak jera untuk melakukan transaksi dibank tersebut. Hal inilah yang sangat dipahami betul oleh pihak bank untuk

dapat membuat nasabahnya menjadi loyal. Dengan mengetahui keinginan nasabah bank diharapkan karyawan dapat mewujudkannya keinginan tersebut. Karyawan dituntut untuk selalu memberikan apa yang diinginkan nasabahnya, dengan begitu bank dapat mewujudkan keinginan nasabah tersebut. Setiap harapan yang diinginkan oleh nasabah dan telah diwujudkan oleh karyawan, ini akan membuat nasabah merasa puas. Kepuasan nasabah memang berbeda-beda, tetapi secara umum nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan apabila pelayanan tersebut sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi harapan nasabah. Inilah yang menjadi salah satu kesuksesan suatu bank dengan memberikan kepuasan kepada setiap orang yang datang kebank.

Pada penelitian Nugroho dan Mulyantomo (2008) yang berjudul “Pengaruh Komunikasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kresnatel Indonesia Semarang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi terhadap kinerja karyawan, terdapat

pengaruh positif dan signifikan antara motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, Nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,597 atau 59,7% berarti variasi perubahan kinerja karyawan dipengaruhi variabel komunikasi, dan motivasi kerja sebesar 59,7% dan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain misalnya lingkungan kerja dan disiplin kerja.

Sedangkan pada penelitian Suyatna (2009) yang berjudul “Motivasi dan Koordinasi Sebagai Salah Satu Upaya Mencapai Kinerja Pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Bandung ditarik kesimpulan bahwa Secara keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu motivasi dan koordinasi berdasarkan hasil penelitian dapat diasumsikan cukup potensial dalam mempengaruhi dan mengoptimalkan kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Bandung. Variabel lain yang mempengaruhi kinerja pegawai sebesar $0,398 = 39,80 \%$. Artinya, bahwa besaran tersebut secara langsung dari variabel motivasi dan koordinasi cukup berarti dalam mempengaruhi kinerja pegawai. Memaknai angka besaran nilai

pengaruh lain tersebut dapat dikatakan signifikan.

Dan pada penelitian Marpuah dan Haribowo (2009) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Pembaca Meter Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Unit Pelayanan Jasa PT.PLN (Persero) Palur. Disimpulkan bahwa hasil perhitungan dengan bantuan program olah data *SPSS for windows*, menunjukkan *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi (R^2) = 0,423, artinya besarnya sumbangan variabel *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *tangible*, dan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) UPJ Palur sebesar 42,3%, sedangkan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pengertian perilaku konsumen menurut Shiffman dan Kanuk (2000) adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Perilaku konsumen menurut Loudon dan Della Bitta (1993) adalah Dapat dijelaskan perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa.

Perilaku konsumen terdiri dari dua bagian. Pertama, perilaku yang tampak, variable-variable yang termasuk dalam perilaku ini adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Kedua, perilaku yang tidak tampak yaitu variable-variable diantara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi, dan perasaan kepemilikan konsumen.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu Faktor Sosial Budaya yang terdiri atas kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi serta keluarga Faktor lainnya adalah faktor psikologi yang terdiri atas motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk

dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004). Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan.

Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen.

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain Kualitas Produk. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk

itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001). Kualitas Pelayanan. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. Emosional. Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) salah satunya adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk (Wulansari, 2007). Selanjutnya citra produk merupakan komponen dalam citra merek (Simamora, 2002).

Berikut ini pengertian kinerja karyawan yang memiliki arti yang berbeda menurut para ahli, yaitu: Menurut Indrawan (2001:453) dalam kamus lengkap bahasa indonesia, kinerja berasal dari kata dasar "kerja"

yang diberi arti sebagai aktivitas untuk melakukan sesuatu, sesuatu yang dilakukan dengan tujuan untuk mencari nafkah. Menurut Mangkunegara (2000:9) "Kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya." Jadi dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja SDM adalah prestasi kerja atau hasil kerja (output) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai SDM persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan dan tidak dilakukan oleh karyawan. Selain itu kinerja karyawan adalah hal yang mempengaruhi seberapa banyak mereka memberikan kontribusi kepada organisasi yang antara lain termasuk kuantitas output, kualitas output, jangka waktu output, kehadiran ditempat kerja, dan sikap kooperatif, yang dapat diukur dalam standar kerja. Standar kerja untuk masing-masing orang mempunyai perbedaan sesuai jenis pekerjaan,

organisasi atau profesi. Standar kinerja merujuk pada tujuan organisasi yang telah dijabarkan ke dalam tugas-tugas fungsional.

Menurut Mangkunegara (2000), menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain :Faktor kemampuan Secara psikologis kemampuan (ability) karyawan memiliki kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realita (pendidikan). Oleh karena itu pegawai perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.Faktor motivasi. Motivasi terbentuk dari sikap (attitude) seorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja.

Metode Penilaian Kinerja, Menurut Hasibuan (Mangkunegara, 2000: 93), Dasar penilaian adalah uraian pekerjaan dari setiap individu karyawan, karena dalam uraian pekerjaan inilah ditetapkan tugas dan tanggung jawab yang akan dilakukan oleh setiap karyawan. Penilai menilai pelaksanaan uraian pekerjaan itu apa baik atau buruk, apa selesai atau tidak dan apa dikerjakan secara efektif atau tidak. Tolak ukur yang akan

dipergunakan untuk mengukur kinerja karyawan adalah standar. Secara umum standar berarti apa yang akan dicapai sebagai ukuran untuk penilaian. Secara garis besar standar penilaian dibedakan atas dua yaitu 1)Tangible standard yaitu sasaran yang dapat ditetapkan alat ukurnya atau standarnya. 2) Intangible standard adalah sasaran yang tidak dapat ditetapkan alat ukur atau standarnya. Misalnya : standar perilaku, kesetiaan, partisipasi, loyalitas, serta dedikasi karyawan terhadap perusahaan.

Kinerja karyawan merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Karena itu kinerja karyawan menjadi tolak ukur ketika perusahaan dalam memberikan posisi kepada karyawannya. Artinya perusahaan harus mengetahui hasil kerja masing-masing karyawannya sesuai dengan divisi apakah sudah maksimal atau tidak. Pada gilirannya kinerja akan mencerminkan derajat kompetisi suatu perusahaan. Akibatnya agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta

mengetahui pekerjaannya. Dengan kata lain kinerja dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah itu sendiri adalah perasaan individu terhadap hasil kinerja karyawan. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Nasution, 2005). Day (dalam Tjiptono, 2005) mengatakan kepuasan itu terlihat dari respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal (atau standar kinerja tertentu) dengan kinerja karyawan yang dirasakan setelah memperoleh jasa atau barang.

Penelitian ini intinya akan memotret variabel kinerja karyawan, yang dimaksud dengan kinerja karyawan adalah seperangkat perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan pada saat menjalankan tugas dan kewajibannya dalam perusahaan. Salah satu hasil penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya :

Penelitian yang dilakukan oleh

Krisna (2008), menyatakan bahwa komunikasi, koordinasi dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Bank Sri Partha Kantor Pusat Denpasar.

Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Effendy, 2006 : 5).

Dari pengertian diatas dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Melalui pola komunikasi ke bawah, atasan menjelaskan kepada para bawahan mengenai pekerjaan yang harus dilakukan, memberikan informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan, mengarahkan kinerja bawahan, memicu motivasi pegawai, serta mengendalikan perilaku anggota. Komunikasi atasan kepada bawahan yang berjalan baik akan menjadi

kekuatan bagi organisasi dalam memaksimalkan kontribusinya bagi kesejahteraan para anggotanya dan masyarakat yang lebih luas (Nanus, 2001, h.13). Komunikasi suatu organisasi dapat mempengaruhi kinerja pegawainya. Komunikasi di dalam organisasi memiliki pengaruh penting dalam produktivitas organisasi karena komunikasi organisasi mempengaruhi usaha organisasi.

Menurut G.R. Terry koordinasi adalah suatu usaha yang sinkron dan teratur untuk menyediakan jumlah dan waktu yang tepat, dan mengarahkan pelaksanaan untuk menghasilkan suatu tindakan yang seragam dan harmonis pada sasaran yang telah ditentukan. Sedangkan menurut E.F.L. Brech, koordinasi adalah mengimbangi dan menggerakkan tim dengan memberikan lokasi kegiatan pekerjaan yang cocok dengan masing-masing dan menjaga agar kegiatan itu dilaksanakan dengan keselarasan yang semestinya di antara para anggota itu sendiri (Hasibuan, 2007:85). Menurut Mc. Farland (Handyaningrat, 1985:89) koordinasi adalah suatu proses di mana pimpinan mengembangkan pola usaha kelompok secara teratur di antara bawahannya dan

menjamin kesatuan tindakan di dalam mencapai tujuan bersama.

Koordinasi yang terjalin dengan baik akan membuahkan hasil kesempurnaan sistem kerja. Sistem kerja yang dimaksud disini adalah mencapai tujuan bersama yang terikat dalam suatu ketentuan yang telah disetujui bersama dalam suatu perusahaan dan d orong semangat kerjasama dan etos kerja semua pihak guna mengefektifkan kegiatan bersama . Oleh karena itu, diharapkan koordinasi yang maksimal akan menghasilkan kinerja (prestasi kerja) yang maksimal juga, karena menurut Hall TL dan Meija (1987),menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya adalah: Faktor eksternal yang meliputi sosial ekonomi, demografi, geografi, (lingkungan kerja), aseptabilitas, aksesibilitas, beban kerja dan organisasi (pembinaan, pengawasan, koordinasi dan fasilitas).

Menurut para ahli (Suarli dan Bahtiar (2002); M.As'ad (2001); dan Stoner dan Freeman (1995)), motivasi adalah karakteristik psikologis pada aktifitas manusia untuk memberi kontribusi berupa tingkat komitmen seseorang termasuk faktor-faktor yang

menyebabkan, menyalurkan dan mempertahankan tingkah laku manusia dalam arah tekad tertentu untuk mencapai keinginan. Aktifitas yang dilakukan adalah aktifitas yang bertujuan agar terpenuhi keinginan individu. Motivasi kerja dapat dipandang sebagai suatu ciri yang ada pada calon tenaga kerja ketika diterima masuk kerja di suatu perusahaan atau organisasi.

Hal ini sangat mendukung karena adanya definisi motivasi kerja adalah suatu kondisi yang berpengaruh untuk membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja (Mangkunegara 2000, Munandar 2001). Menurut Siagian (2002), mendefinisikan motivasi kerja sebagai daya dorong bagi seseorang untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya demi keberhasilan organisasi mencapai tujuannya, dengan pengertian bahwa tercapainya tujuan organisasi berarti tercapai pula tujuan pribadi para anggota organisasi yang bersangkutan.

Pada dasarnya keinginan manusia untuk mencapai kepuasan, sehingga ada dorongan kuat dari dirinya untuk mewujudkannya. Suatu pekerjaan

dalam hubungannya dengan pencapaian hasil/prestasi dipengaruhi oleh motivasi yang mendasari manusia untuk melakukan pekerjaan (Anorogo dan Ninik Widiyanti, 2000 :56). Dengan demikian orang yang tinggi motivasinya tetapi memiliki ability yang rendah maka akan menghasilkan performance yang rendah. Begitu pula halnya dengan orang yang sebenarnya berability tinggi tetapi rendah motivasinya (As'ad, 2001: 58).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong penelitian lapang (survey) yaitu penelitian yang diadakan dengan cara mendatangi langsung objek yang dijadikan penelitian. Dengan lokasi penelitian di BNI Syariah Cabang Malang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan bisa dianggap mewakili keseluruhan dari populasi. Dari populasi karyawan menggunakan Pemilihan sampel berstrata adalah proses pemilihan sampel sedemikian rupa sehingga semua subkelompok pada populasi diwakili pada sampel dengan

perbandingan sesuai dengan jumlah yang ada dalam populasi dengan syarat memilih anggota sampel utk masing-masing strata secara acak (random sample), di ambil masing-masing 20 sampel yang terdiri dari *front liner* 2 satpam, 5 Customer Service (CS), 2 Teller dan 11 pada divisi layanan *diback office* BNI Syariah Cabang Malang. Dan kuisioner nasabah hanya diambil 20 kuisioner yang terdiri dari 13 nasabah penabung dan 7 nasabah CS. Jenis pembagian kuisioner ini adalah dengan menggunakan metode accidental sampling yaitu pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang temui cocok sebagai sumber data. Jadi, pada saat penulis membagi kuisioner di BNI syariah Cabang Malang, penulis membagikan kuisioner kepada para nasabah yang datang dan

bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner.

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen menurut Riduwan (2004:109-110) menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus Pearson Product Moment dengan : Rumus validitas :

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X = skor kuisioner,

N = jumlah sampel,

Y = skor total,

R = nilai validitas

Skala ukur dinyatakan reliable jika selalu mendapatkan hasil yang tetap sama dari gejala pengukuran yang tidak

berubah. Reliabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk menguji digunakan Alpha Cronbach dengan rumus :

$$r_{11} = [k / (k - 1)] [1 - (\sum Si / St)]$$

(Singarimbun, 1989)

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrument

$\sum Si$ = jumlah varians butir

k = banyaknya butir pertanyaan,

St = varians total

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Alpha Cronbach. Bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliable dan sebaliknya dikatakan reliable.

Statistik Deskriptif, Ghazali (2006) menyatakan bahwa statistic deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standart deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis.

Menguji dengan Analisis Jalur (Path Analysis) Teknik analisis jalur

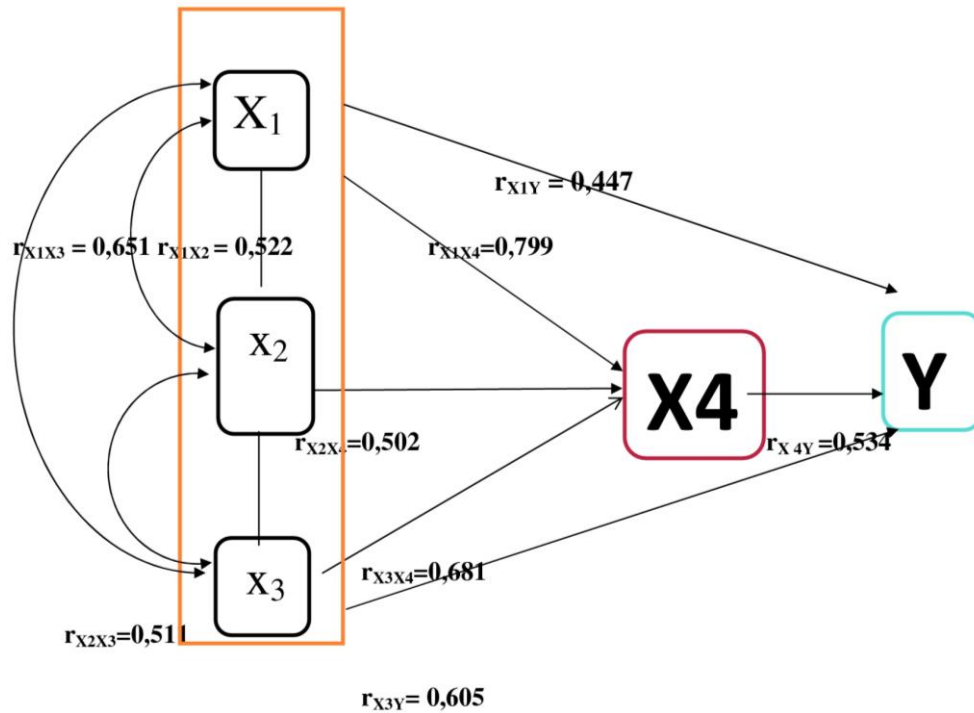
(path analysis). Analisis ini akan digunakan dalam menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel Komunikasi (X_1), Koordinasi (X_2) dan Motivasi Kerja (X_3) terhadap Kinerja Karyawan (X_4) yang akan menghasilkan kepuasan (Y) yang dilakukan penyebaran kuesioner yang bersifat tertutup dan analisis digunakan teknik korelasi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Kemudahan dalam perhitungan digunakan jalur computer berupa software dengan program SPSS Version 16.

Al Rasyid dalam sitepu (1994:24) mengatakan bahwa dalam penelitian sosial tidak semata-mata hanya mengungkapkan hubungan variabel sebagai terjemahan statistic dari hubungan kausal antar variabel.

Pada diagram jalur digunakan dua macam anak panah , yaitu : (a) anak panah satu arah menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen (variabel penyebab) terhadap sebuah variabel endogen (variabel akibat) misalnya: $X_1 \leftrightarrow Y$ dan (b) anak panah

dua arah menyatakan hubungan misalnya : $X_1 \rightarrow X_2$
korelasional antara variabel eksogen

Gambar 1. Langkah kerja analisis jalur ini pada garis besarnya adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah (variabel terikat) ,
- X_1 = Komunikasi (variabel bebas),
- X_2 = Koordinasi (Variabel bebas),
- X_3 = Motivasi Kerja Karyawan (variabel bebas)
- X_4 = Kinerja Karyawan (variabel terikat)

PEMBAHASAN

Komunikasi, Koordinasi dan Motivasi Kerja Karyawan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja.

Pada lampiran 4.6 tabel ANOVA variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 tentang uji F dimaksudkan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel

dependen (Kinerja). Kriteria uji koefisien regresi ganda dari variabel Komunikasi, Koordinasi dan Motivasi Kerja Karyawan terhadap Kinerja sebagai berikut :

Hipotesis pertama yang diajukan dalam bentuk kalimat.

H_a : Komunikasi, Koordinasi, dan

Motivasi Kerja Karyawan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kinerja.

Ho : Komunikasi, Koordinasi, dan Motivasi Kerja Karyawan tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kinerja.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,1. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen Komunikasi (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah.

Terlihat pada lampiran 4.8 tabel *Coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0,048. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,1, atau nilai $0,048 < 0,1$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_1 mempunyai t_{hitung} yakni 1,941 dengan $t_{tabel}=2,021$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai

hubungan yang satu arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Koordinasi (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Terlihat pada lampiran 4.9 tabel *Coefficients* terdapat nilai sig 0,025. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,1, atau nilai $0,025 < 0,1$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 1,863 dengan $t_{tabel}=2,021$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X_2 mempunyai hubungan yang satu arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan Koordinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Motivasi Kerja (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Terlihat pada lampiran 4.10 tabel *coefficients* terdapat nilai sig untuk Motivasi kerja adalah 0,005. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,1, atau nilai $0,005 > 0,1$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_3 mempunyai t_{hitung} yakni -0,183 dengan $t_{tabel}=2,021$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan

bahwa X_3 mempunyai hubungan yang satu arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Kinerja (X_4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Terlihat pada lampiran 4.11 tabel *coefficients* nilai sig pada kinerja adalah 0,015. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,1, atau nilai $0,015 < 0,1$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_4 mempunyai t_{hitung} yakni 1,666 dengan $t_{tabel}=2,021$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_4 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa motivasi kerja mempunyai hubungan yang satu arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengujian secara simultan X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y Diperoleh nilai F hitung sebesar 2,875 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,060. Nilai F hitung ($2,875 > F_{tabel}(2,021)$) dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,1 atau nilai $0,060 < 0,1$, maka H_0 diterima berarti secara bersama-sama (simultan) Komunikasi, koordinasi, motivasi kerja dan kinerja berpengaruh

signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan tabel Model Summary dapat disimpulkan bahwa Kinerja, Komunikasi, Koordinasi, Motivasi kerja berpengaruh sebesar 43,4% terhadap risiko sistematis, sedangkan 56,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Karena nilai R square dibawah 5% atau cenderung mendekati nilai 0 maka dapat disimpulkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas.

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Kepuasan Kerja karyawan BNI Syariah Cabang Malang dipengaruhi oleh 3 variabel yaitu komunikasi, koordinasi dan motivasi kerja karyawan. Pada penelitian yang dilakukan dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel kinerja karyawan di pengaruhi oleh 3 variabel terikat yaitu komunikasi (X1), koordinasi (X2) dan motivasi kerja karyawan (X3). Jika salah satu dari variabel terikat tersebut tidak ada maka kinerja karyawan tidak dapat maksimal. Sehingga diperlukan saling ketergantungan antar variabel untuk dapat memberikan kinerja yang memuaskan, seperti pada hasil kuisioner yang telah dibagikan kepada karyawan BNI Syariah Cabang Malang terutama pada bagian front liner disimpulkan bahwa kepuasan kerja karyawan dinilai baik.

Pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan hasil regresi berganda yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 = -11,346 + 0,233Y - 0,122X_1 + 0,239X_2 + 0,404X_3 + 0,233X_4$ di mana variabel komunikasi (X1), koordinasi (X2), motivasi kerja karyawan (X3) dan kinerja (X4), berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai

probabilitas 0,1. Secara signifikan dibuktikan dengan uji t dan uji F, dari sini dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya komunikasi karyawan, koordinasi karyawan, dan motivasi kerja karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan dibank bersangkutan yang secara langsung berakibat meningkatnya kepuasan nasabah. Nasabah yang puas dengan pelayanan karyawan akan sering melakukan transaksi dibank yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Husein, Umar, 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir, 2004. *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Lane, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Miftah, Thoha, 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Mudrajad, Kuncoro, 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jogjakarta : Erlangga.
- Riduwan, Engkos, 2008. *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.
- Ruki, Achmad. 2002. *Sistem Kinerja Karyawan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sunarto, 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : PT. AMUS.
- Wibowo, 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Yazid., 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Jogjakarta : Ekonosia.